



Nanotecnologias
expectativa da indústria brasileira

NANOCOSMÉTICOS

O Brasil é um mercado com grande potencial em relação ao mundo e vários fatores contribuem para isso, tais como:

- Fonte de princípios ativos e insumos, principalmente os de origem natural;
- Utilização de tecnologia de ponta e conseqüente aumento da produtividade;
- Avanços na área regulatória;
- Busca pela qualificação;
- Aumento do consumo de produtos de HPPC;

Mercado Mundial

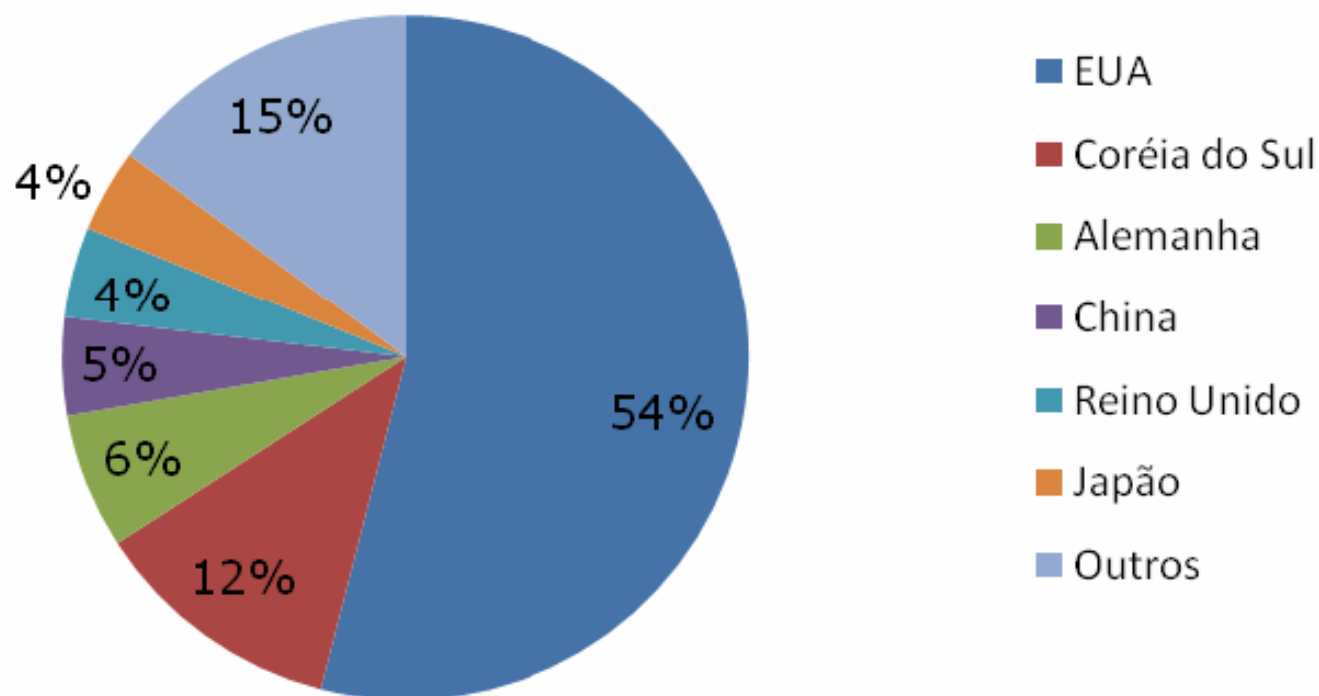
Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos		2009 US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	%	
			Crescimento	Participação
Mundo		350,3	-2,1	
1	Estados Unidos	58,9	-1,3	16,8
2	Japão	39,9	6,6	11,4
3	Brasil	28,4	3,2	8,1
4	China	20,8	10,4	5,9
5	Alemanha	17,4	-4,2	5,0
6	França	16,3	-6,8	4,7
7	Reino Unido	15,0	-13,2	4,3
8	Itália	12,5	-5,4	3,6
9	Espanha	10,7	-17,7	3,1
10	Rússia	10,4	-9,2	3,0
Top Ten		230,37	-1,6	65,8

Fonte: Euromonitor

O Brasil no ranking mundial de HPPC

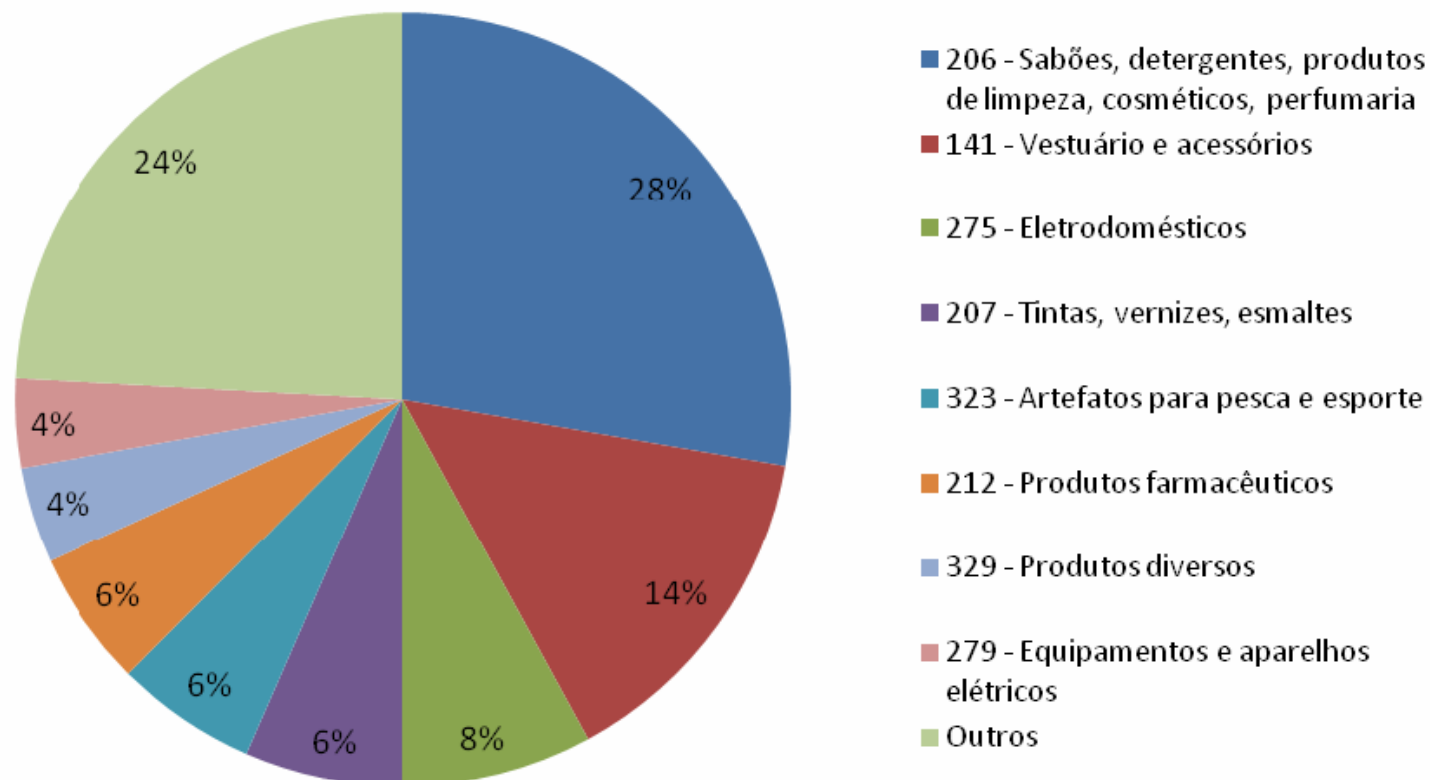
Categorias	2005	2006	2007	2008		
					Ranking Brasil	Participação %
Desodorantes	2º	2º	2º	1º	1º	16,5
Infantil	2º	2º	2º	2º	2º	14,0
Perfumaria	3º	2º	2º	2º	2º	13,1
Higiene Oral	4º	3]	2º	2º	2º	10,2
Proteção Solar	8º	5º	3º	2º	2º	10,2
Produtos Masculinos	5º	3º	2º	2º	2º	8,5
Banho	5º	3º	5º	2º	2º	8,5
Produtos para Cabelo	3º	3º	2º	2º	3º	9,8
Maquiagem	7º	4º	4º	4º	3º	5,1
Produtos para Pele	9º	8º	8º	6º	6º	4,5
Depilatórios	10º	9º	9º	8º	8º	3,2

Gráfico 1: Produtos nanotecnológicos segundo país de origem



Fonte: PEN – The Project on Emerging Nanotechnologies.

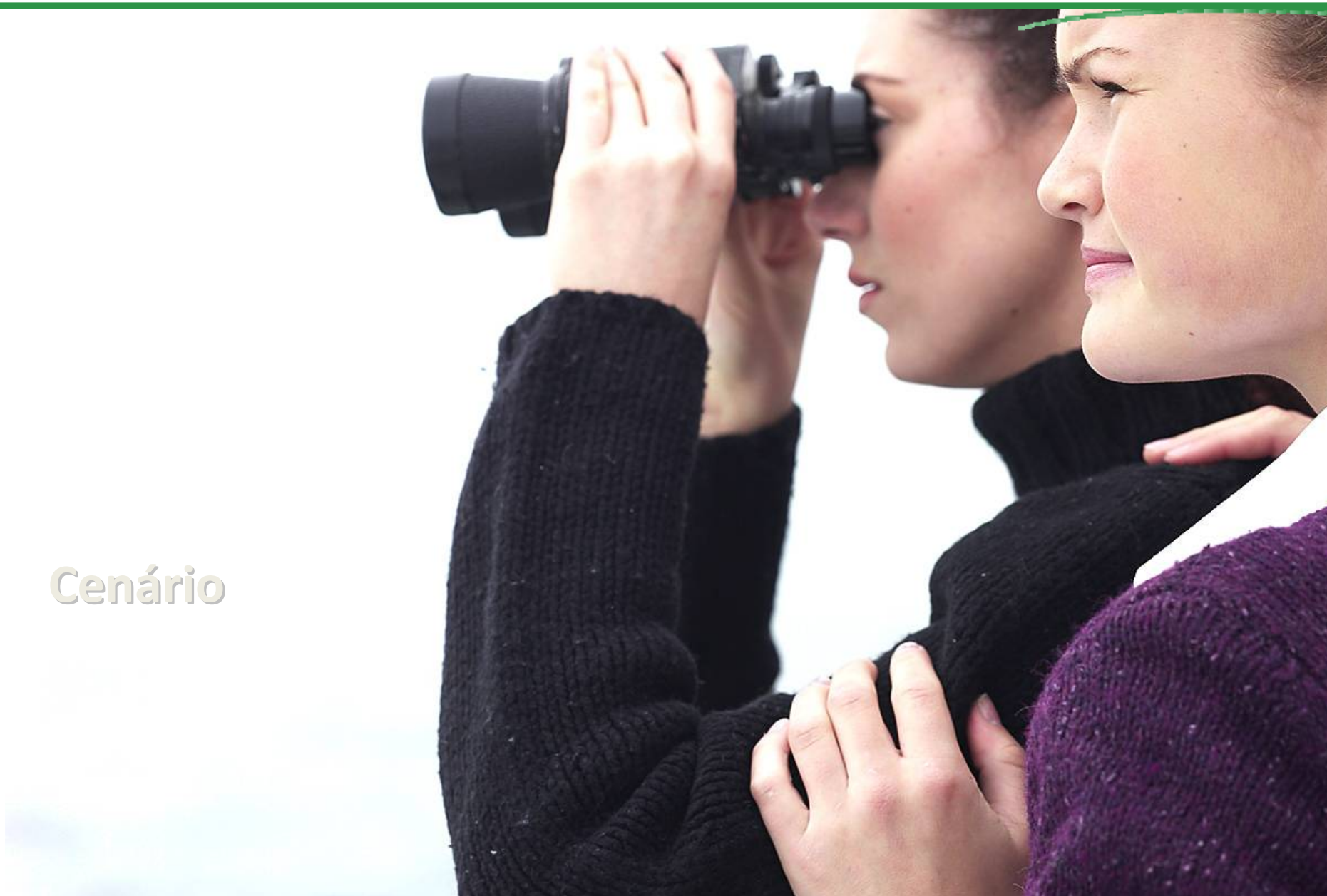
Gráfico 2: Produtos nanotecnológicos por setor



Fonte: PEN – The Project on Emerging Nanotechnologies.

Inovação

Cenário



Cenário

“Século XIX”

- Capacidade de aproveitar os recursos disponíveis
- Existência de concorrentes
 - Mão de obra barata
- Exploração de recursos naturais
 - *Commodities*
- Baixa tecnologia

Vantagens
comparativas

“Século XX”

- Capacidade de criar condições para competir
- Ambiente competitivo
 - Produtividade
 - Qualidade
- Competências essenciais
- Participação em cadeias produtivas
 - Domínio tecnológico

Vantagens
competitivas

“Século XXI”

- Capacidade de criar o futuro
- Ambiente hiper-competitivo
 - Gestão do conhecimento
- Participação em redes de conhecimento
 - Parcerias
- Competências dinâmicas
 - Base tecnológica

Vantagens
inovadoras

Inovação

A ERA DA PRODUÇÃO ARTESANAL



A ERA DA PRODUÇÃO EM MASSA



A ERA DA PRODUTIVIDADE



A ERA DA QUALIDADE



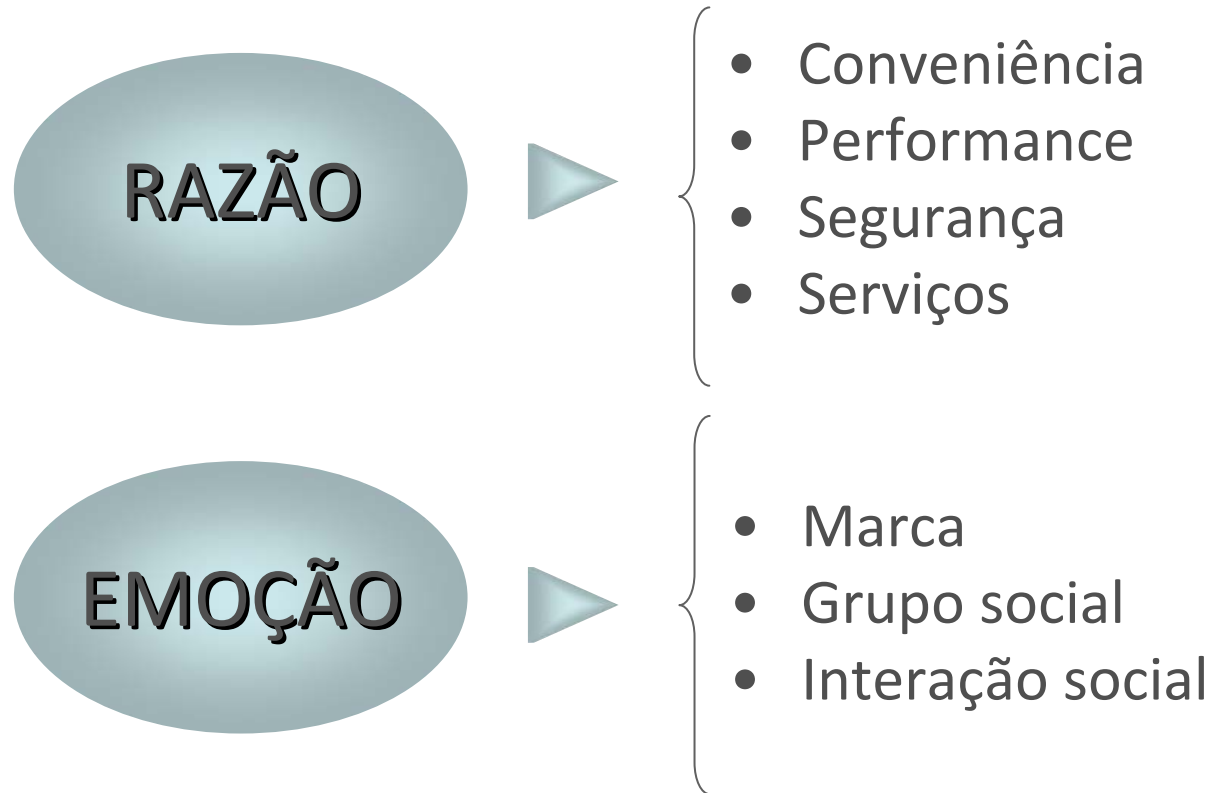
A ERA DA COMPETITIVIDADE



O ESGOTAMENTO DOS MODELOS
TRADICIONAIS DE GESTÃO

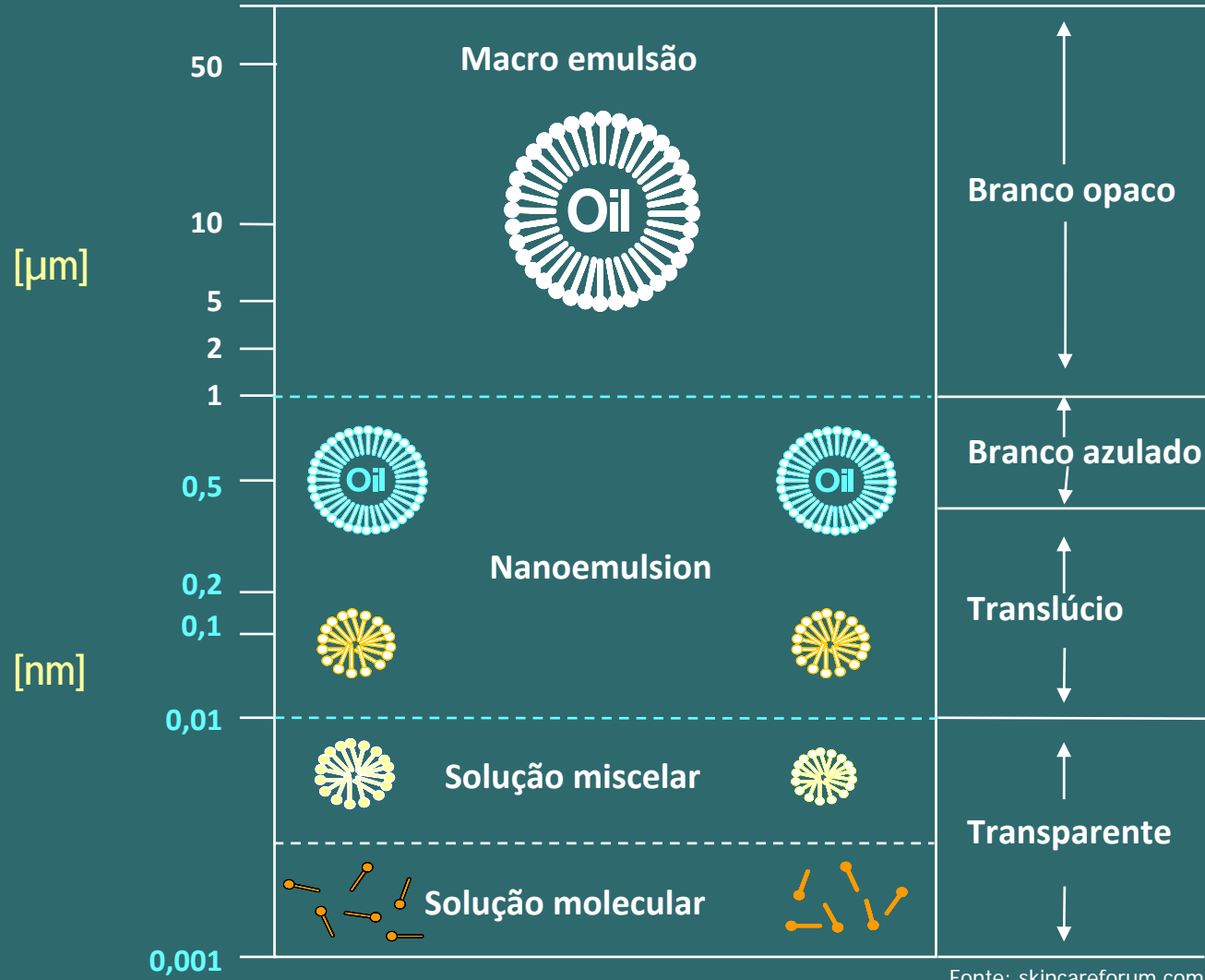


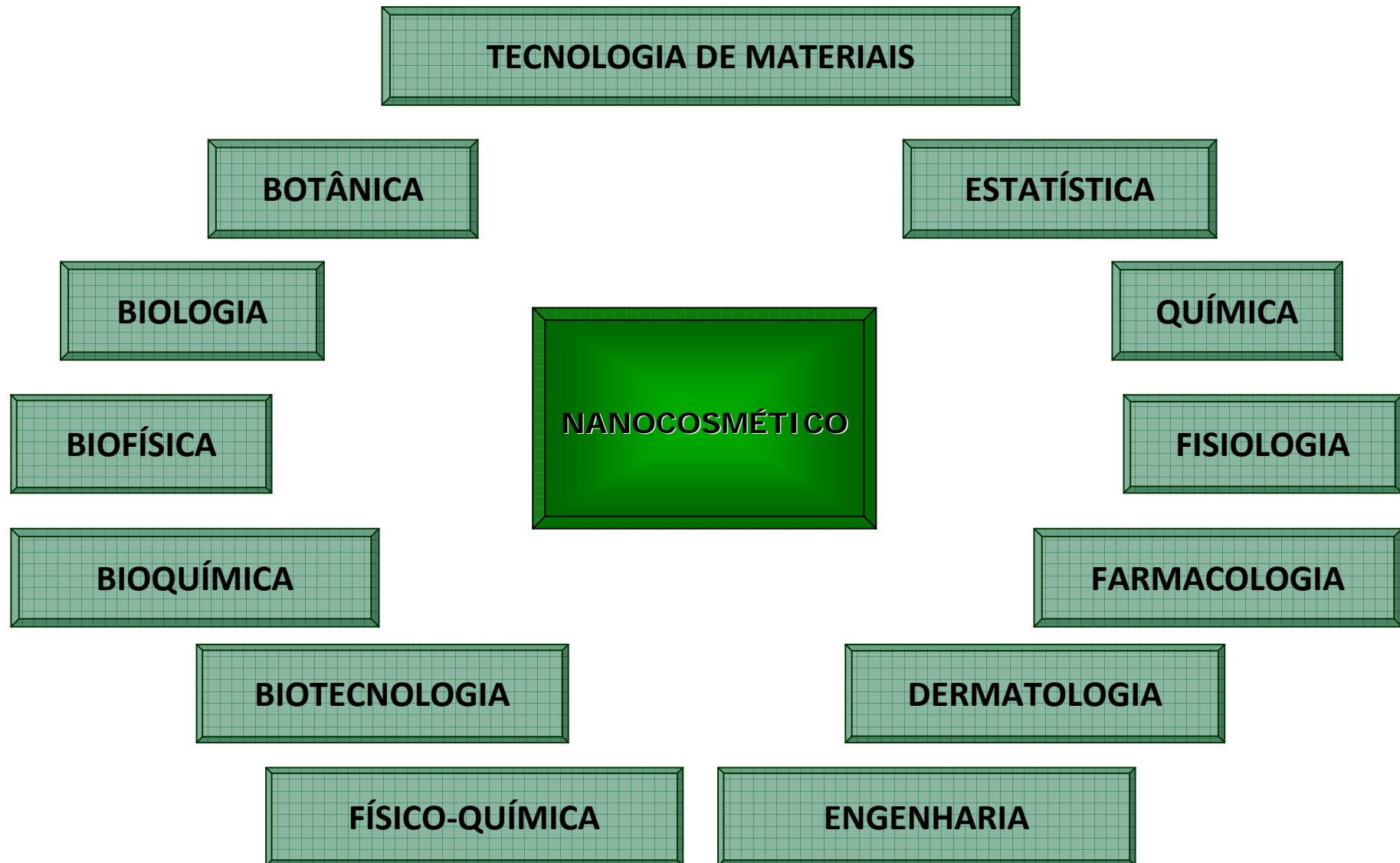
- Visão empreendedora
- Inovador
- Líder de equipes



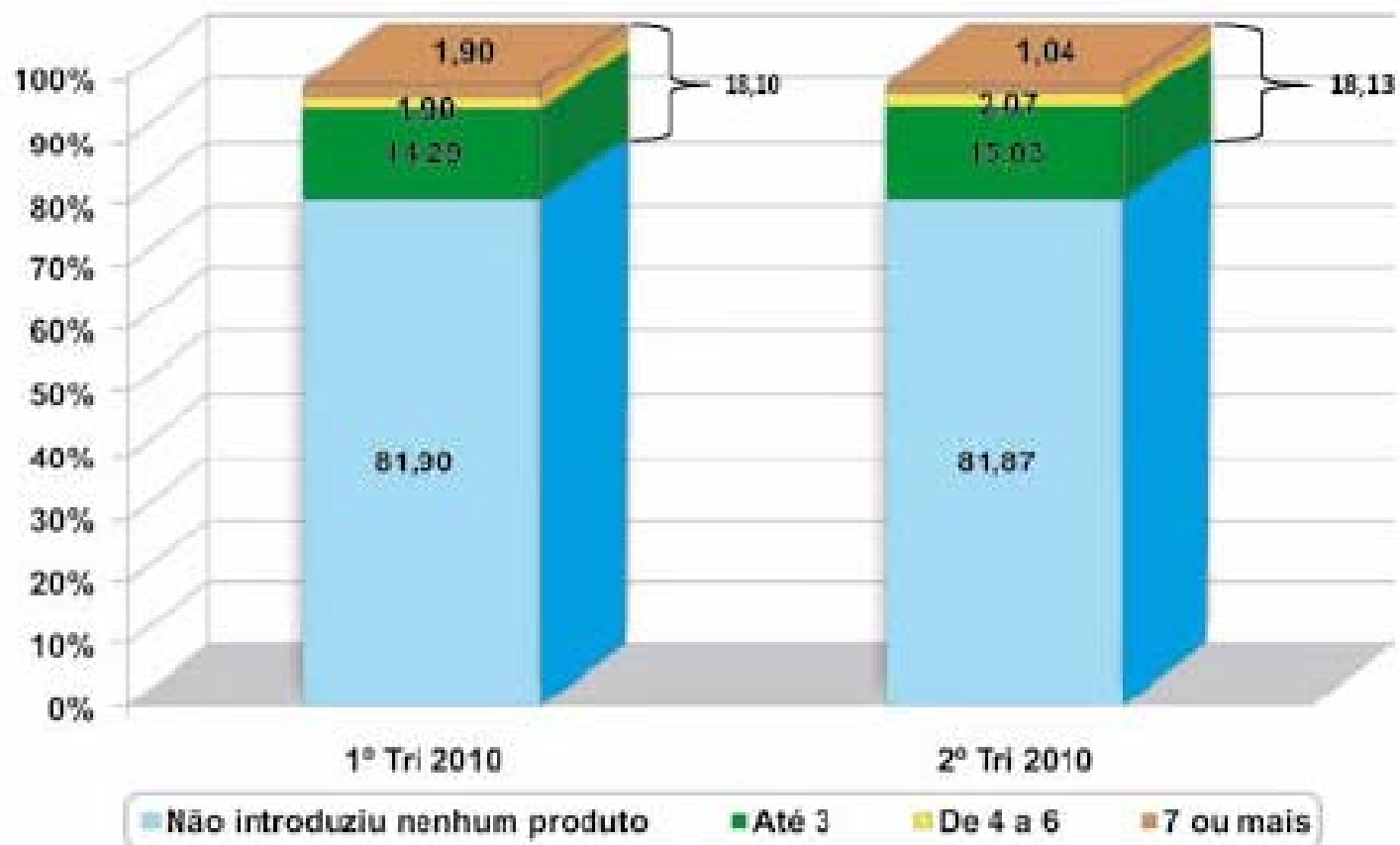
Inovação

NANOCOSMÉTICOS



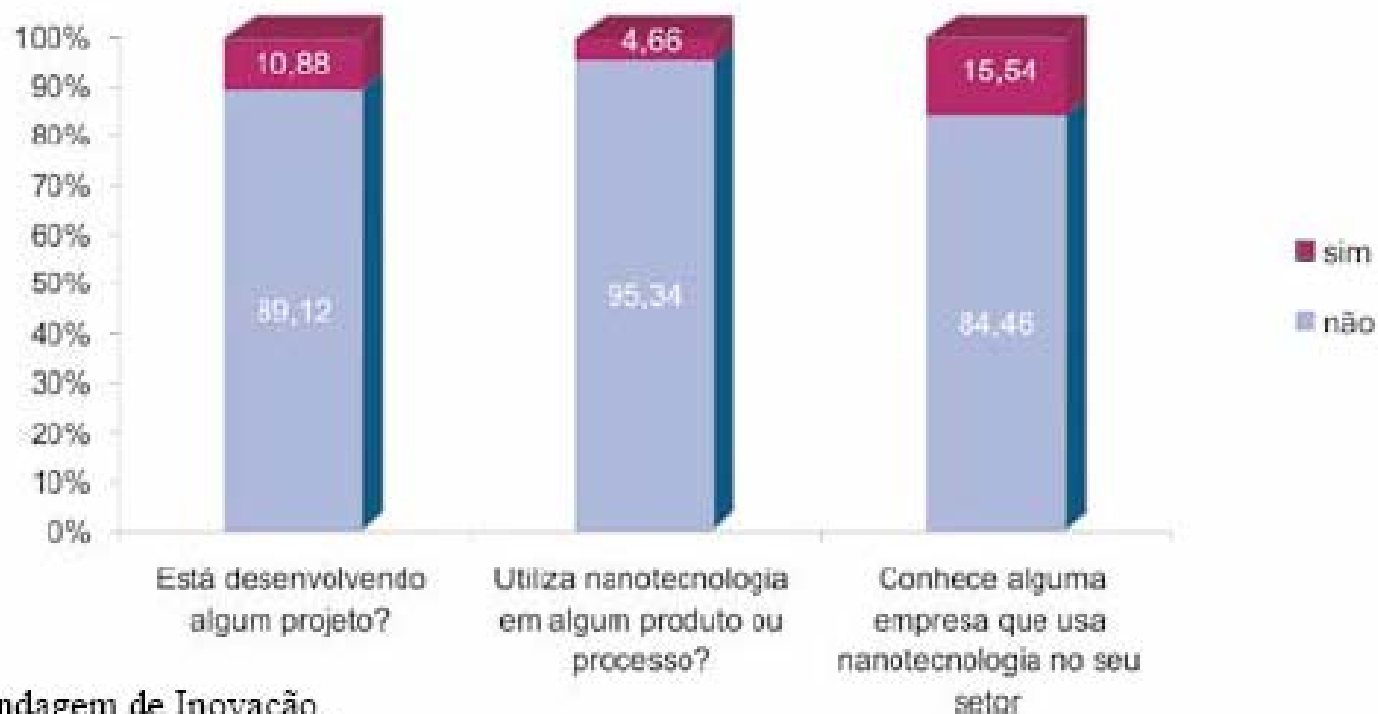


Percentual de empresas que inovaram em produtos novos ainda não existentes no mercado nacional



Fonte: Sondagem de Inovação.

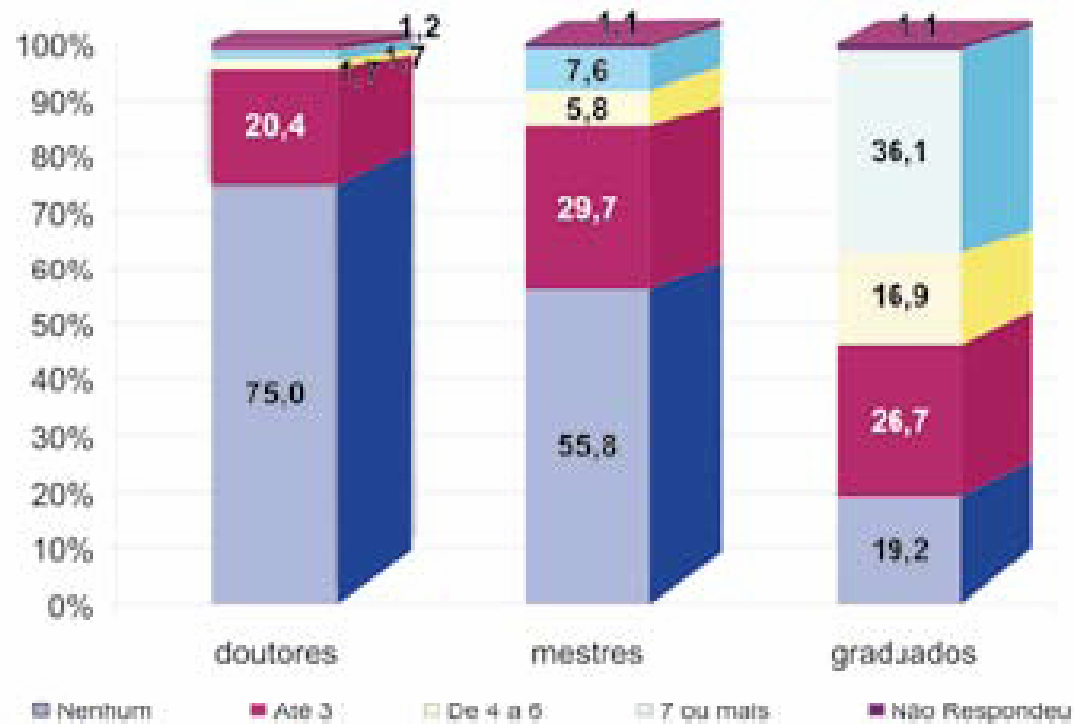
Projeto de nanotecnologia nas grandes firmas industriais



Fonte: Sondagem de Inovação.



Percentual de empresas com pessoas ocupadas em P&D no segundo trimestre de 2010



Fonte: Sondagem de Inovação.

Desafios

Cultura de Inovação (Para o consumidor)

Capacitação na cadeia produtiva (pessoas e tecnologias)

Infra-estrutura para produção

Marco Regulatório